Pervivencia Mitológica:

iconografía clásica en la identidad de marca en Colombia, 1900-1930

Mauricio Antonio Hoyos Gómez

Universidad Pontificia Bolivariana

Mauricio Antonio Hoyos Gómez

Diseñador gráfico de la Universidad Nacional de Colombia, especialista en Gestión Estratégica de Diseño de la Universidad de Buenos Aires y magíster en Historia del Arte de la Universidad de Antioquia. Ha sido docente en la Universidad Nacional de Colombia, en la Fundación Universitaria del Área Andina, en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá. Desde 2012 trabaja como docente investigador en la Facultad de Diseño Gráfico de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, en la que lidera desde 2014 la Línea de Publicaciones Editoriales del Semillero de Investigación de dicha Facultad y lideró entre 2018 y 2020 el Grupo de Investigación en Diseño Gráfico GIDG. Ha participado como investigador en proyectos relacionados con la historia del diseño gráfico en Colombia, en el campo de la identidad visual institucional y el diseño editorial; también como co-autor de algunas ponencias que abordan estos temas, como co-compilador del libro Por un Diseño Crítico y Social. 40 Años Facultad de Diseño UPB (2015) y como co-autor y compilador de la obra Diseño y Ciudad, Historias Convergentes (2017).

Pervivencia mitológica:

iconografía clásica en la identidad de marca en Colombia, 1900-1930

Mauricio Antonio Hoyos Gómez

Universidad Pontificia Bolivariana

658.8343
H867

Hoyos Gómez, Mauricio Antonio, autor
Pervivencia mitológica: iconografía clásica en la identidad de marca en Colombia, 1900-1930 / Mauricio Antonio Hoyos Gómez -- Medellín: UPB, 2020
338 p., 17 x 24 cm. --
ISBN: 978-958-764-830-0

1. Marcas comerciales – Colombia – 2. Diseño gráfico – Historia – Colombia – 3. Diseño de marcas – I. Título

CO-MdUPB / spa / RDA
SCDD 21 / Cutter-Sanborn

© Mauricio Antonio Hoyos Gómez
© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana
Vigilada Mineducación

Pervivencia mitológica:
iconografía clásica en la identidad de marca en Colombia, 1900-1930
ISBN: 978-958-764-830-0
DOI: http://doi.org/10.18566/978-958-764-830-0
Primera edición, 2020
Escuela de Arquitectura y Diseño
Facultad de Diseño Gráfico
CIDI. Grupo de Investigación en Diseño Gráfico GIDG. Proyecto: Identidad de marca en Colombia: aportes al estudio sobre sus inicios y su desarrollo. Radicado: 083C-05/18-61

Gran Canciller UPB y Arzobispo de Medellín:
Mons. Ricardo Tobón Restrepo
Rector General: Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda
Vicerrector Académico: Álvaro Gómez Fernández
Decana de la Escuela de Arquitectura y Diseño: Juliana Restrepo Jaramillo
Decano de la Facultad de Diseño Gráfico: Beatriz Elena Builes Restrepo
Editor: Juan Carlos Rodas Montoya
Coordinación de Producción: Ana Milena Gómez Correa
Diagramación: Ana Mercedes Ruiz Mejía
Corrección de Estilo: Amanda Soraya Vallejo Morales
Ilustración de portada: Giovanni Bernal Bernal, realizada a partir de la imagen de Hermes creada para cigarrillos Triunfo de la Compañía Colombiana de Tabaco, ca. 1919.

Dirección Editorial
Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2020
Correo electrónico: editorial@upb.edu.co
www.upb.edu.co
Telefax: (57)(4) 354 4565
A.A. 56006 - Medellín - Colombia

Radicado: 1893-30-08-19

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito, sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

Contenido

Resumen 13

Prólogo por: Pedro Álvarez Caselli 15

Introducción 19

1. Marco teórico 25
1.1 Marco conceptual 25
La noción de pervivencia en relación con las imágenes 25
Mitología clásica: contenidos y protagonistas 29
Mitología griega 33
Mitología romana 35
El mito clásico en la historia del arte occidental 37
Identidad e imagen de marca: de la imagen concebida a la imagen percibida 39
Lo que las marcas cuentan 42
Lo que las marcas venden 43
Iconografía e iconología: recursos metodológicos para el análisis de la identidad de marca 44
1.2 Marco histórico 47
Antecedentes históricos en el contexto occidental 47
El escenario nacional 50
Protección industrial y registro marcario en Colombia, 1900-1930 55
1.3 Estado del arte 59
1.4 Perspectiva de análisis 68

2. Metodología 71

3. Representaciones visuales asociadas a la iconografía de la mitología clásica en la concepción de la identidad de marca en Colombia, 1900-1930 79
3.1 Procedencia de las imágenes analizadas 80
3.2 Definición tipológica de las imágenes 85
3.3 Frecuencia icónica 88
3.4 Algunas particularidades sobre los modos de representación 100
3.5 Cronología de las imágenes analizadas 106

4. Valor simbólico de la iconografía del mundo clásico en la identidad de marca en Colombia, 1900-1930 109
4.1 Significados e interpretaciones de la iconografía de la mitología clásica en la identidad de marca en Colombia, 1900-1930 110
4.2 Hermes y el comercio: de emisario de los dioses a ícono de la identidad marcaria en Colombia 125
4.3 La rueda alada: símbolo de progreso, velocidad y seguridad 149
4.4 La imagen alegórica y su poder de representación en la identidad de marca 158
4.5 Iconografía clásica del reino vegetal en la identidad de marca en Colombia 195
4.6 La iconografía del mundo clásico como paradigma para representar la salud y la belleza en la identidad de marca de la modernidad colombiana 205
4.7 Representación de otros conceptos a través de la iconografía de la Antigüedad clásica 215

5. Procesos creativos, producción y promoción de la identidad de marca en Colombia, 1900-1930 221
5.1 Medios de transmisión de los contenidos de la mitología clásica como fuente para la creación artística 222
5.2 El artista plástico al servicio de la industria gráfica en Colombia 229
5.3 El artista gráfico como artífice de una identidad inspirada en el mundo clásico 232
Fuentes de inspiración para la construcción de identidad de marca en Colombia 232
Técnicas de representación, medios de producción y soportes para la implementación y promoción de la identidad de marca en Colombia 266

Conclusiones 281

Recomendaciones 289

Índice de figuras 291

Índice de tablas 323

Referencias 325

Anexos 333
Anexo 1. Esquema síntesis del proyecto 333
Anexo 2. Línea de tiempo de las imágenes analizadas 336

El libro completo se puede descargar desde el siguiente vínculo:
https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/5746

Las tres primeras décadas del siglo XX representaron una etapa de modernización importante para Colombia gracias al impulso que las políticas gubernamentales y otros aspectos coyunturales dieron al desarrollo de la industria y el comercio. Este escenario, además de estimular la iniciativa nacional, motivó el ingreso de emprendimientos extranjeros que permearon nuestra cultura con imágenes de modernidad y progreso que caracterizaron la publicidad europea y estadounidense. No obstante, este repertorio visual también se vio enriquecido con la iconografía de la mitología clásica, lo cual se manifestó en la concepción de algunas marcas gráficas de instituciones nacionales e internacionales, de sus productos y servicios, y de la publicidad gráfica que apoyaba su promoción.

La investigación *Pervivencia mitológica: iconografía clásica en la identidad de marca en Colombia, 1900-1930*, destacada con la distinción *summa cum laude*, estudia esta situación con el objetivo fundamental de profundizar acerca del uso de dicha iconografía y su carácter de pervivencia en la construcción de la identidad de marca de algunas entidades en Colombia durante las décadas mencionadas, de acuerdo con el corpus de imágenes recolectadas.

Para alcanzar tal propósito, surgió el interés por identificar las tipologías de representación visual que se generaron a partir de los diversos modos de aplicación de esta iconografía en algunas piezas gráficas de identidad y de promoción que se produjeron entonces. Asimismo, se propuso reconocer los significados e interpretaciones concretos que se retomaron y apropiaron de esta iconografía para adaptarlos a la concepción de dicha identidad. Finalmente, se examinaron los procesos creativos, productivos y promocionales que enmarcaron la reutilización de estas imágenes.

En la búsqueda de una respuesta a los interrogantes que en un principio impulsaron este proyecto se presentan algunas conclusiones significativas que además aportan nuevos elementos para la discusión de la temática abordada.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA EDITORIAL